

PEMBUATAN ELECTRONIC COMMERCE PADA TOKO ISTANA SRAGEN

Verni Anjrah Pospito Sona

Vier_nie.girl@yahoo.co.id

Abstract : Palace Shops Sragen business engaged in the sale of the product is marketed in the form of bags and accessories experiencing difficulties in this marketing system for only pemasarannya. Dimana ditoko. Dengan marketed information technology development, encourages authors to design the Web site of Electronic Commerce in the hope goes well that will facilitate produk. Dan public in marketing will be more aware of internet services on handbags and accessories products at Castle shop.

The purpose of this research is to make Electronic Commerce in the form of a website at the Palace shop business in Sragen. The benefits of this research is with the Electronic Commerce can better optimize the marketing of products. The method of this research is the collection of primary data, secondary data collection, design, programming, testing and implementation. With the wake of Electronic Commerce at the Palace of Sragen store business easier to market products that are sold that consumers do not have to go to the store but it was enough to transact through the Internet and immediately ordered product can be sent according to the desired address, not just the area but the area outside of Sragen Sragen could transact business and order products at the Palace shop Sragen. And can function properly and call for support for all the work and activities related to product marketing due to the use of Electronic Commerce at the store is important for marketing the product.

Keyword : ecommerce, acsesoris

Abstrak : Usaha Toko Istana Sragen yang bergerak dibidang penjualan dimana produk yang dipasarkan berupa tas dan aksesoris mengalami kendala dalam sitem pemasarannya. Dimana selama ini pemasarannya hanya dipasarkan ditoko. Dengan berkembangnya Teknologi informasi, mendorong penulis untuk merancang Website Electronic Commerce dengan harapan berjalan dengan baik sehingga akan mempermudah dalam memasarkan produk. Dan masyarakat luas akan lebih mengetahui dari layanan internet mengenai produk tas dan aksesoris yang ada di toko Istana.

Tujuan dari penelitian ini adalah membuat Electronic Commerce dalam bentuk website pada usaha toko Istana Sragen. Manfaat dari penelitian ini adalah dengan adanya Electronic Commerce dapat lebih mengoptimalkan pemasaran produk. Metode dari penelitian ini adalah pengumpulan data primer, pengumpulan data sekunder, perancangan, pemograman, uji coba dan implementasi. Dengan di bangun Electronic Commerce pada usaha toko Istana Sragen mempermudah memasarkan produk-produk yang dijual yaitu konsumen tidak harus ke toko tapi cukup bertransaksi melalui internet dan produk yang dipesan langsung bisa dikirim sesuai alamat yang diinginkan, bukan area Sragen saja tapi daerah diluar Sragen pun bisa bertransaksi dan memesan produk di usaha toko Istana Sragen. Serta dapat berfungsi dengan baik dan mendukung semua kerja dan kegiatan yang berhubungan dengan pemasaran produk karena penggunaan Electronic Commerce pada toko adalah penting bagi pemasaran produk

Keyword : ecommerce, tas ,aksesoris

1.a. Latar Belakang.

Usaha masa kini harus memikirkan kembali bagaimana strategi pemasaran agar pemasarannya bisa lebih optimal, Apalagi dengan berkembangnya teknologi sekarang ini maka sudah wajib untuk dapat mengikuti perkembangan jaman pula.

Usaha harus terus berlomba dan berharap bahwa mereka bergerak searah dengan keinginan masyarakat. Lokasi perbelanjaan yang terletak di kota Sragen, maka usaha tersebut perlu melakukan langkah yang tepat demi menjaga eksistensi sebagai

salah satu lokasi berbelanja ternyata di kota Sragen.

Toko Istana merupakan usaha yang bergerak dibidang pemasaran berbagai macam koleksi tas dan aksesoris, hal ini menjadikan Toko Istana harus mampu mengenalkan dan mempromosikan koleksinya ke semua konsumen di berbagai daerah dan berbagai lapisan masyarakat, namun dalam penyampaian informasi masih memakai cara yang sederhana, yaitu dengan penyebaran brosur, pemasangan spanduk, dan dari konsumen satu ke konsumen lainnya. Toko Istana belum menggunakan *website* untuk sarana penyampaian informasi yang jangkauannya luas dan tidak terbatas.

Semakin berkembangnya Teknologi Informasi mendorong penulis untuk membuat suatu sistem informasi pemasaran produk dengan menggunakan Website Electronic Commerce dengan harapan akan mempermudah dalam memasarkan produk dan masyarakat luas akan lebih mengetahui dari layanan Electronic Commerce mengenai tas dan aksesoris yang ada di usaha Toko Istana Sragen

1.b. Rumusan Masalah

- a. pada Usaha Toko Istana Sragen pemasarannya hanya menggunakan brosur sehingga pemasarannya sangat terbatas dan hasil tidak maksimal
- b. Bagaimana merancang, merekayasa dan mengimplmentasikan Electronic Commerce pada usaha Toko Istana Sragen yang dinamis yang berfungsi sebagai penyampaian informasi pada jangkauan luas dan pengoptimalisasian media promosi efektif.

1.c. Batasan Masalah

Profil Perusahaan, *Website e- Commerce*, *Content Management System e-Commerce*

1.d. Tujuan

Tujuan penelitian ini adalah untuk meningkatkan promosi dan pemasaran produk pada Toko Istana Sragen yang efektif dan efisien

1.e. Manfaat

- a. lebih efektif dalam memasarkan produk serta jangkauannya bisa lebih luas
- b. Penyampaian informasi Toko Istana yang mampu menghasilkan informasi terkini tentang perkembangan koleksi serta desain di Toko Istana
- c. Bagi konsumen dengan adanya Electronic Commerce di toko Istana dapat mempermudah transaksi.

2.a. E-commerce

e-Commerce (Elektronik Commerce) adalah penjualan dan pembelian produk, informasi, dan jasa yang dilakukan dengan memanfaatkan jaringan komputer, misalnya internet. (**Madcom**, *Rahasia Sukses Menjual Produk Lewat Wordpress e-Commerc*, Andi Offset, 2010)

2.b. Hosting

Hosting adalah tempat dalam server komputer yang digunakan untuk menetapkan data dan file web, sehingga data dan file web tersebut dapat diakses oleh semua user pengguna internet. (**Madcom**, *Rahasia Sukses Menjual Produk Lewat Wordpress e-Commerc*, Andi Offset, 2010)

2.c. Domain

Domain adalah nama unik atau alamat yang digunakan untuk mengidentifikasi nama server komputer. (**Madcom**, *Rahasia Sukses Menjual Produk Lewat Wordpress e-Commerc*, Andi Offset, 2010)

2.d. Web Server

Web server adalah software yang bertugas menerima dan memberi respon

dari komputer kline yang menggunakan web browser (intrnet Explorer, Netscape Navigator, Mozzila, Opera, dan Program browser lainnya) (Madcom, *Rahasia Sukses Menjual Produk Lewat Wordpress e-Commerc*, Andi Offset, 2010)

2.e. Internet

Internet suatu network komputer global yang memungkinkan penggunaannya untuk mengirimkan pesan elektronik (email),berkomunikasi,berbelanja,mencari informasi dan mendapatkan dokumen,file/program dari berbagai jenis. (Team Cyber,2010)

2.f. Banners

Banners adalah bagian dari template yang merupakan module dan sifatnya optional. (Enterprise Jubilee, *Teknik Mudah Mendesain Template Joomla*, PT Elex Computindo Jakarta, 2009)

2.g.CMS

CMS (Content Management System) adalah sebuah perangkat lunak yang memfasilitasi pembuatan , pengorganisasian, pemanipulasian, dan penghilangan informasi baik dalam bentuk gambar, dokumen, dan skrip yang digunakan untuk pembuatan isi sebuah website.

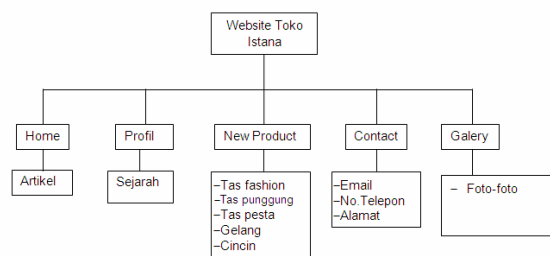
2.h. Kajian Pustaka

Menurut Sri Haryanti (2012) dalam jurnal yang berjudul Rancang Bangun Sistem Informasi E-commerce Untuk Usaha Fashion Studi Kasus Omah Mode Kudus membuat kesimpulan bahwa aplikasi E-commerce online dapat mempermudah proses transaksi pembelian produk

Menurut Fitri Ishandayani Nilasari (2010) dalam skripsi yang berjudul Pembuatan Elektronik Commerce Pada Usaha Fitriscollection Sragen penulis membuat kesimpulan bahwa perkembangan internet telah membuka jalan baru untuk pengembangan ilmu pengetahuan, sarana bisnis, dan hiburan.penulis juga menambahkan bahwa pemograman menggunakan PHP dan

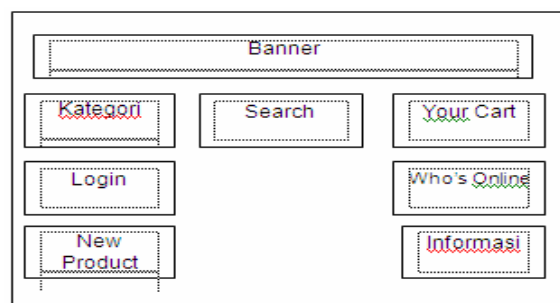
MySQL memudahkan administrator untuk mengedit tampilan produk dan harga produk.

3.a. Desain Struktur Link Website



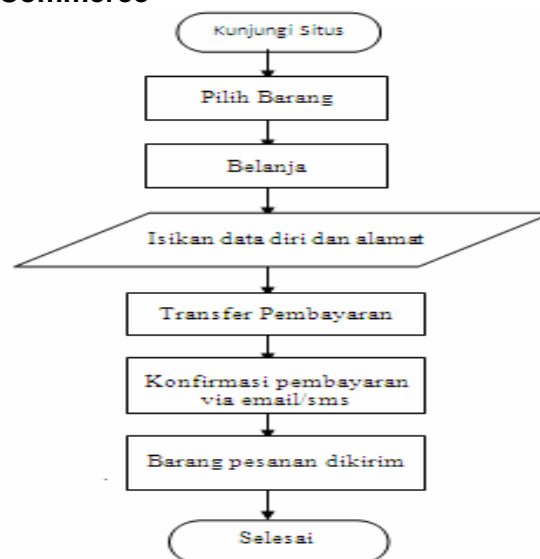
Gambar 3.1 Desain Struktur Link Website

3.b Desain website



Gambar 3.2 Desain Website

3.c Flow Chart Sistem Electronic Commerce



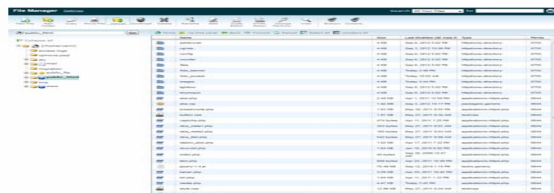
Gambar 3.3 Flow Chart Sistem ecommence

3.d Desain Teknologi

Dalam pembuatan Electronic Commerce ini konfigurasi standart yang diperlukan pengaksesan informasi melalui browser Electronic Commerce internet minimal adalah:

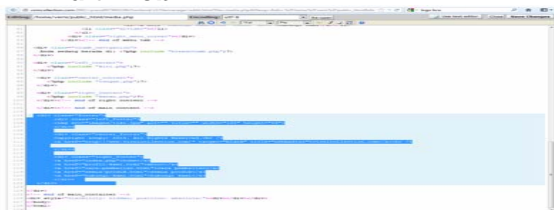
1. Perangkat Lunak (Software)
 - a. Sistem Operasi windows XP
 - b. Software modem koneksi ke internet
 - c. Browser web.
2. Perangkat keras (Hardware)
 - a. CPU dengan processor Pentium P4 2.8 GHZ
 - b. Monitor SVGA
 - c. Memory RAM minimal 512 Mb
 - d. Modem 56 kbps
 - e. Mouse
 - f. Keyboard
 - g. Printer
 - h. Harddisk dengan ruang kosong kira – kira 50 Mb

4.1 Upload file web



Gambar 4.1 File web setelah di ekstrak

4.2 Edit Web



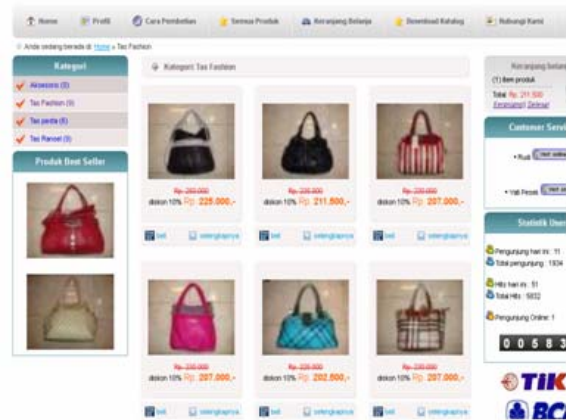
Gambar 4.2 Edit Web pada footer

4.3 Tampilan halaman home



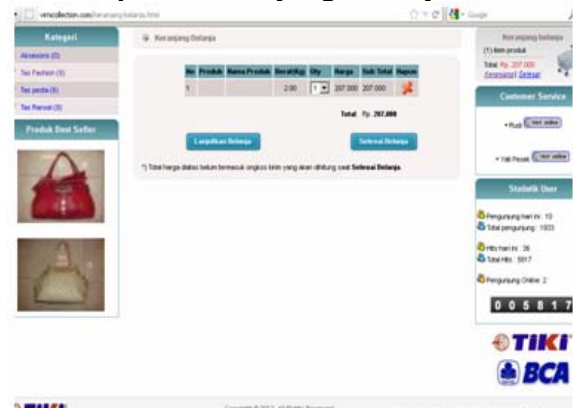
Gambar 4.3 Tampilan Halaman Home

4.4 Tampilan Halaman Kategori Produk Tas Fashion



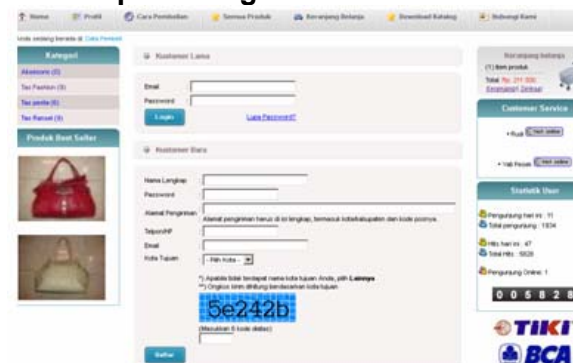
Gambar 4.4 Tampilan Kategori Tas Fashion

4.5 Tampilan Keranjang Belanja



Gambar 4.5 Tampilan Keranjang Belanja

4.6 Tampilan Registrasi



Gambar 4.6 Tampilan Registrasi

4.7 Tampilan Detail Order Pada Admin



Gambar 4.7 Tampilan Detail Order Pada Admin

4.8 Uji Coba Sistem

No	Keterangan	Bisa	Tidak
1	Buka alamat web	✓	
2	Login	✓	
3	Menu Kategori <ul style="list-style-type: none"> - Aksesoris - Tas fashion - Tas pesta - Tas ransel 	✓	
4	Detail Produk	✓	
5	Registrasi Akun baru	✓	
6	Order Barang	✓	
7	Konfirmasi melalui email	✓	
8	Transaksi Pembayaran	✓	
9	logout	✓	

Gambar 4.8 Tabel Uji Coba

5.1 Kesimpulan

1. Dengan dibangunnya Electronic Commerce pada usaha Toko Istana kesulitan pada pemasarannya yang masih menggunakan brosur bisa diatasi sehingga pemasarannya lebih luas dan maksimal
2. Pemograman yang dipakai adalah PHP dan MySQL memudahkan administrator untuk mengedit tampilan produk dan harga produk.

6. Pustaka

- [1] **Sri Haryanti, Tri Irianto**, *Rancang Bangun Sistem Informasi E-Commerce Untuk Usaha Fashion Studi Kasus Omah Mode Kudus*, Indonesian Jurnal

on Computer Science - Speed (IJCSS) 13 Vol 9 No 2 – Agustus 2012, ISSN 1979 – 9330

- [2] **Arip Aryanto, Tri Irianto Tjendrowasono (2013)**, *Pembangunan Sistem Penjualan Online Pada Toko Indah Jaya Furniture Surakarta*, Indonesian Jurnal on Computer Science - Speed (IJCSS) 15 FTI UNSA Vol 10 No 1 – Februari 2012 - ijcss.unsa.ac.id, ISSN 1979 – 9330
- [3] **Ida Astarina, Berliana Kusuma Riasti**, *Pembuatan Sistem Penjualan Online Pada Toko PN Musik Sukoharjo*, (IJCSS) 14 - Indonesian Jurnal on Computer Science Speed - FTI UNSA Vol 9 No 3 – Desember 2012 - ijcss.unsa.ac.id, ISSN 1979 – 9330
- [4] **Agustin Dyah Utami, Ramadian Agus Triyono**, *Pemanfaatan Blackberry Sebagai Sarana Komunikasi Dan Penjualan Batik Online Dengan Sistem Dropship Di Batik Solo 85*, (IJCSS) 14 - Indonesian Jurnal on Computer Science Speed - FTI UNSA Vol 9 No 3 – Desember 2012 - ijcss.unsa.ac.id, ISSN 1979 – 9330
- [5] **Kurniawati, Deborah**, *Pengantar Sistem Informasi*, Mahameru Press, Yogyakarta, 2009
- [6] **Zilkifli, Dede ST**, *Gampang Memebuat Toko Online*, Informatika, 2008
- [7] **Enterprise, Jubilee**, *Teknik Mudah Mendesain Template Joomla*, PT. Gramedia, Jakarta, 2009
- [8] **Nilasari, Fitri Ishandayani**, *Skripsi Pembuatan Electronic Commerce Pada Usaha Fitriscolletion Sragen*, Fakultas Teknologi Informatika, Program Studi Teknik Informatika, 2010
- [9] **Haryati, Sri**, (2012) *Rancang Bangun Sistem Informasi E-commerce Untuk Usaha Fashion Studi Kasus Omah Gede Kudus*, Fakultas Teknologi Informatika, Program Studi Teknik Informatika, Speed 13 Vol 9 No 2 – Agustus 2012